

## TEMA 4. LA COGNICIÓN SOCIAL

### 1. INTRODUCCIÓN

Construimos e interpretamos el mundo social en que vivimos; cada individuo trata de hacer lo posible por estar en lo cierto y sostener opiniones y creencias correctas, sin embargo no siempre sopesamos las cosas de forma del todo racional, ya que muchas veces no disponemos de toda la información relevante y nuestra capacidad de procesamiento es limitada. Resulta imposible pensar detenidamente en todas y cada una de los fragmentos de información que nos llega, sobre todas y cada una de las decisiones que debemos tomar. Por todo ello, tomamos atajos mentales, siempre que podemos, para ahorrar energía cognitiva, de modo que muchas veces ignoramos cierta información, o abusamos de otra información para no tener que buscar más, o aceptamos alternativas que aunque no sean las más adecuadas, no están del todo mal.

Todas estas estrategias pueden ser eficientes pero tienen el inconveniente de que pueden conducir a graves errores y sesgos, si elegimos la estrategia equivocada, o si por las prisas pasamos por alto información vital, por ej, con frecuencia juzgamos a partir de estereotipos, como el modo en que se presenta la información puede afectar a nuestro juicio sino somos conscientes de todos estos inconvenientes, podemos llegar a creer que nuestra perspectiva es la única posible, y por tanto, que es sinónimo de verdad.

### 2. LOS EFECTOS DEL CONEXTO EN EL JUICIO SOCIAL

El contexto social afecta al juicio social; el modo en el que se presenta y describen las cosas. Esto se pone de manifiesto en cuatro aspectos del contexto:

1. La comparación de alternativas: puntos de referencia y efectos del contraste: un objeto puede parecer mejor o peor en función de los objetos con que se compare, por ej, si vas a comprar una casa y primero te enseñan una que está destartalada, cualquiera de las otras que te enseñen s siempre te parecerá mejor. La casa destartalada sirve de señuelo, que aunque es una alternativa inferior a las otras posibles, cumple la función de hacer que alguna de estas otras parezca buena por comparación, debido al efecto de contraste. Por ej, si un hombre mide 1.80, parece enorme al lado de enanos, pero parecerá bajo en comparación con jugadores de baloncesto.

Solución: hemos de tener en cuenta el contexto, ya que puede hacer que los objetos y alternativas parezcan mejores o peores, y cuestionarnos la validez de las alternativas presentadas, ya que todo ello va a influir en nuestras percepciones y juicios, y por tanto puede inducirnos a tomar decisiones que no hubiéramos tomado en otras circunstancias.

2. Predisposición y accesibilidad del constructo: pensamiento a que predispone una determinada situación: El modo en que interpretamos las cosas suele depender de los que pensemos en ese momento, de las categorías y creencias que usemos habitualmente, por ej, hay quien todo lo ve de color rosa, y también de aquello que destaque de la situación, que puede inducirse a través de la predisposición.

La predisposición es un procedimiento por el que es más probable que se nos ocurran ideas a las que nos hemos enfrentado recientemente o con frecuencia, y que usamos para interpretar los acontecimientos. Puede tener un enorme impacto en las actitudes y condiciones de muchas personas, por ej, si acabo de ver un video sobre los riesgos de tirar una colilla encendida en el bosque, es más probable que me asegure de apagarla bien antes de tirarla en zonas con vegetación. En relación a los medios de comunicación, se ha demostrado que también hay relación entre las noticias que se cubren y lo que los espectadores consideran los acontecimientos más importantes del día, aunque no sea realmente así.

3. Contextualización de la decisión: modo en que se formula o plantea: si un problema o decisión se plantea de forma que represente una ganancia o una pérdida, va a influir de forma decisiva aunque la información sea la misma. Por ej, en la prevención de cáncer de mama, tiene más éxito en que las mujeres lleven a cabo la autoexploración, un folleto que haga hincapié en las consecuencias negativas de no hacerla, que uno que solo incluya la info de cómo hacerla, aunque se insista en sus consecuencias positivas (de la autoexploración).

4. Presentación de la información: orden y cantidad de información: la forma en que se organiza y distribuye la información también afecta al juicio social:

–Efecto de primacía y formación de impresiones: salvo contadas excepciones, lo primero que sabemos de una persona tiene un impacto decisivo a la hora de juzgarle la primera impresión es la que cuenta. Por ej, no es igual decir Ana es inteligente, trabajadora, crítica y envidiosa, que decir Ana es envidiosa, crítica, trabajadora e inteligente; aunque ambas oraciones contengan la misma información, una sitúa los rasgos positivos en primer lugar. Hay dos explicaciones en función de las circunstancias:

–explicación de atención decreciente: las últimas cuestiones de una lista reciben menos atención por cansancio.

–explicación del conjunto interpretativo: las primeras cuestiones crean una impresión inicial que se usa para interpretar las otras, desestimando hechos incongruentes, por ej, si es inteligente, por qué iba a ser envidiosa o cambiando significados, por ej, crítica es algo positivo si es inteligente, pero negativo si es envidiosa.

–Efecto de la cantidad de información: contar con más información a veces resulta de ayuda, pero también puede cambiar el modo en que se percibe y evalúa un objeto a través del efecto de debilitamiento (la información irrelevante o neutra debilita la impresión o juicio). La información irrelevante o neutra debilita la impresión o el juicio. Es decir, debilita el impacto de la información relevante para la creación del juicio o impresión. Esto es bien sabido por vendedores y políticos, por ej, incluir declaraciones débiles o irrelevantes puede reducir el impacto de un fuerte incitación a comprar, o por ej, se recude el impacto de la imagen negativa de un político poco apreciado si se incluye información irrelevante como algo sobre su infancia o la descripción de su casa familiar en los anuncios de su campaña. (Es importante ser consciente de estos efectos, ya que tenemos poco control del orden y la cantidad de información que recibimos)

### 3. LA HEURÍSTICA DEL JUICIO

El heurístico del juicio es un atajo mental para resolver un problema, que no requiere pensar mucho, solo elegir la regla: por ej, si es caro, es bueno.

El problema es que la regla que elijamos puede no ser correcta: es necesaria una reflexión más sistemática que examine el problema desde diferentes perspectivas, evaluando y reuniendo toda la info posible, y teniendo en cuenta las implicaciones de las diferentes soluciones. Hay varios tipos e heurística del juicio, por ej:

1. Heurística representativa: (Kahneman y Tversky); nos centramos en la similitud de dos objetivos para inferir que actúan igual. Por ej, los productos de buena calidad son caros, de ahí concluimos que si algo es caro, es bueno, y entre dos jerséis, pienso que el más caro es mejor (seleccionamos el precio de todos los rasgos en que nos podríamos fijar), este heurístico se usa para identificar las causas psicológicas, y ojo! Podemos equivocarnos, y también para formar impresiones y emitir juicios, que puede llevarnos a juzgar en función de estereotipos, por ej, si alguien va bien vestido, no es un ladrón.

2. Heurístico de la disponibilidad: a través de él, juzgamos en base a lo fácil que nos resulte recordar ejemplos concretos, por ej, pensar que es más habitual la muerte por incendios que por ahogamientos (ya que sale más en las noticias), el problema es que a veces lo que recordamos con facilidad no es lo más representativo, y nos llevará a conclusiones equivocadas.

3. Heurístico de actitud: (Pratkanis y Greenwald); a través de él, juzgamos en base a actitudes, o creencias. Las actitudes o creencias son elementos emocionales y evaluativos positivos o negativos que asociemos a objetos o situaciones, nos influyen a la hora de juzgar o decidir. Por ej, si aprecias a una persona, cambia tu interpretación de su forma de actuar, aunque sea errónea.

#### 4. CATEGORIZACIÓN Y ESTEREOTIPOS SOCIALES: EFECTOS

Solemos sostener debates o discusiones sobre cómo categorizar a las personas o los acontecimientos y hemos de tener en cuenta que el modo en que categorizamos, tienen importantes consecuencias en nuestras interpretaciones:

1. Conocimiento estereotipado y expectativas: la categorización puede evocar datos concretos o estereotipos que guían nuestras expectativas, las cuales influirán en la forma de pensar y juzgar. Por ej, si categorizas a alguien como toxicómano, y esto evoca el estereotipo de enfermo, de atracador al encontrármelo de noche por la calle mi expectativa será negativa y creeré que puede hacerme algo.

2. Correlación ilusoria: ver relaciones donde no las hay: se produce cuando creemos que hay relaciones entre dos entidades cuando no las hay, por ej, las lesbianas tienen alta probabilidad de contraer el sida. Con independencia del contexto tienen un importante papel a la hora de confirmar estereotipos y creencias originales, ya que nuestro estereotipo nos indique a ver una relación que a su vez parece proporcionar pruebas de que es estereotipo original sea cierto. Por ej, en diagnóstico clínico, clasificar a alguien como esquizofrénico, puede llevar a percibir una relación correspondiente entre el individuo y la conducta, aunque no la haya.

3. Efectos de endo o exogrupo: uno de los modos más corrientes de categorizar a las personas es dividirlos en dos grupos: mi grupo, y fuera de mi grupo. Por ej, mi equipo frente al equipo contrincante, lo cual tiene dos consecuencias:

–Efecto de homogeneidad: tendemos a considerar a los miembros de exogrupos más parecidos entre sí, les vemos a partir de la etiqueta y estereotipo que asignamos al grupo, que los miembros de nuestro endogrupo, a los que vemos como individuos cada uno con una personalidad, y un estilo de vida.

–Efecto de favoritismo hacia el endogrupo: tendemos a considerar que el propio grupo es mejor en todo tipo de cuestiones y a encontrarle más ventajas. Estudiado este efecto mediante el paradigma de grupo ¿, (Taifel), se vio cómo los sujetos indican que les gustan aquellos que comparten su etiqueta y se comportan con ellos como si fueran sus mejores amigos o parientes cercanos, les ven más agradables, parecidos (Aunque en realidad no se parezcan).

#### 5. MEMORIA RECONSTRUCTIVA

La memoria humana tiene un carácter reconstructivo, es decir, que como no podemos recordar de forma literal los acontecimientos pasados, recreamos nuestros recuerdos a partir de fragmentos y elementos reales que se filtran y modifican a partir de nuestras ideas de lo que podría o debería haber sido, y de lo que nos hayan contado sobre los acontecimientos, mucho después de que ocurrieran.

Un buen ej es la investigación llevada a cabo por Elisabeth Loftus (psicóloga cognitiva), acerca de cómo los interrogatorios insinuantes pueden influir en la memoria y el testimonio de testigos presenciales.

Las preguntas se dirigen hacia una respuesta concreta, a parte de influir en el juicio que se haga de los hechos, puede afectar al recuerdo que se tiene de lo sucedido, a fuerza de repetir una y otra vez la nueva construcción, puede llegar a la aceptarse como un hecho y creérsela (el testimonio de los testigos presenciales puede ser débil).

## 6. MEMORIA AUTOBIOGRÁFICA

Tampoco recordamos nuestro pasado con tanta exactitud como nos gustaría creer. A lo largo del tiempo se producen modificaciones y distorsiones importantes, las cuales no se producen al azar; tendemos a organizar nuestra historia personal en función de lo que Markus llamaba 'autoesquema' (recuerdos, sentimientos y creencias coherentes acerca de nosotros mismos que se ensamblan en un todo integrado), de modo que las distorsiones de los recuerdos encajan en la imagen general que tenemos de nosotros mismos. Por ej, si tenemos una imagen general de infancia feliz, nos costará recordar sucesos de la infancia que no se ajusten. Así, con los años, los recuerdos se hacen cada vez más coherentes y menos precisos, (no es que mintamos, sino que no recordamos con exactitud y configuramos los recuerdos). Ejemplos de ello son:

- Síndrome del recuerdo falso: demostrado por Loftus, que consiguió implantar falsos recuerdos de experiencias infantiles en la mente de adultos jóvenes, haciendo que parientes cercanos les hablaran de ellos como si fuesen reales.
- Fenómeno de la memoria recuperada: en la década de los 80–90, miles de adultos parecieron recordar haber sido objeto de abusos sexuales durante su infancia, en meses o años, por parte de su padre o algún miembro de la familia: estos recuerdos solían aflorar durante una psicoterapia intensiva, bajo hipnosis o tras leer algún libro de autoayuda muy gráfico y sugerente.

Según aseguran los científicos, ejemplos repetidos de acontecimientos traumáticos sucedidos durante largo tiempo no suelen olvidarse, por lo que estos recuerdos podrían haber sido inducidos sin mala intención. A veces es más fácil echar la culpa de la propia infelicidad a algo terrible que te hicieron de pequeño que asumir la responsabilidad de los propios fracasos.

## 7. EL CONSERVADURISMO COGNITIVO: ¿HASTA QUÉ PUNTO ES CONSERVADORA LA COGNITICIÓN?

La cognición humana tiende a ser conservadora: intentamos preservar aquello que ya está establecido, a mantener nuestros conocimientos, actitudes e hipótesis previas. Ejemplos de conservadurismo cognitivo son:

- la primera info que reciben suele ser la que más influye
- las categorías de fácil acceso son las más usadas para formar juicios
- los heurísticos representativos y de actitudes a veces se usan mal
- los estereotipos distorsionan la elaboración de info para confirmar la utilidad aparente de los mismos
- la memoria se reconstruye para que se ajuste a las perspectivas actuales

Debido a este conservadurismo, es habitual que nos encontremos con dos sesgos:

- Sesgo de confirmación: tendencia a buscar info que confirme las propias hipótesis y creencias originales, por ej, si alguien me cae mal, me voy a fijar en las cosas malas que vea en esa persona, y no en lo bueno.
- Sesgo retroactivo o a posteriori: una vez que conocemos el resultado de un acontecimiento tenemos una fuerte tendencia a creer que podríamos haberlo predicho con anticipación. Es el efecto del ya lo sabía yo, y puede llevarnos a creer que las cosas no podrían haber sucedido de otro modo, cuando puede que ese resultado no fuera el más probable.
- Ventajas e inconvenientes: la ventaja del conservadurismo cognitivo es que nos permite percibir el mundo

social como un lugar coherente y estable, sin embargo, el mal uso de categorías inadecuadas, puede llevarnos a deformar los acontecimientos o a pasar por alto info. Importantes y a tomar decisiones equivocadas. La incapacidad de actualizar nuestra manera de concebir el mundo ante la presencia de info. Nueva y discrepante, puede conllevar una imagen equivocada de la realidad y dar lugar también a problemas sociales, como el racismo, sexismo o los prejuicios.

-Sugerencias para evitar las consecuencias negativas del conservadurismo cognitivo:

1. Desconfíe de quienes intenten crearle nuevas categorías y definiciones de las situaciones: hay muchas formas de definir y etiquetar, pregúntate por qué se sugiere una etiqueta en particular.
2. Usa más de una forma de categorizar y describir una persona o un hecho: así no te fiarás de una sola categoría, intentando que los datos se ajusten a una idea preconcebida
3. Piensa que las personas y acontecimientos son únicos, ya que aunque pertenezcan a una categoría concreta y reconocible, por ej de sexo o raza, también forman parte de muchas otras categorías, y poseen atributos y rasgos únicos (individuales), mejor evitar el abuso heurístico y de estereotipos.
4. Ten en cuenta la posibilidad de equivocarte al formarte una impresión: de ser víctima de algún tipo de sesgo cognitivo, por ej, de confirmación, retroactivo abuso de heurísticos concretos etc.

8. CÓMO GUÍAN LA CONDUCTA LAS ACTITUDES Y CREENCIAS

Contra lo que podamos suponer, las creencias y actitudes no siempre guían nuestra conducta, de manera que a veces no hay una relación consistente entre actitudes o creencias y la conducta, sin embargo, tendemos a pensar que la gente actúa de manera coherente con sus creencias y actitudes, ignorando muchas veces cuestiones tan importantes como el poder de la situación, y atribuyendo la causa del comportamiento de un individuo a rasgos de personalidad y actitudes, por ej, cuando vemos que a alguien le pasa algo, tendemos a suponer que tiene que ver con el tipo de persona que es, nos gustaría creer que la gente obtiene lo que merece y merece lo que obtiene. Se llama inferencia correspondiente a la tendencia de atribuir la causa de una conducta a una característica correspondiente de la persona, así la conducta se explica en función de un atributo o rasgo que se parece a la conducta, por ej, se le cayó la leche por que es un patoso.

¿Cuándo predicen las actitudes nuestra conducta? Accesibilidad de las actitudes

Las actitudes muy accesibles aumentan la posibilidad de una conducta consecuente con ellas. La accesibilidad de las actitudes se refiere a la fuerza de la asociación que hay entre un objeto y cómo lo evaluamos, por ej, serpiente provoca que la mayoría de las personas piensen en algo malo o peligroso. Una forma de medir esa accesibilidad es la rapidez con que se puede dar una respuesta evaluativa sobre un objeto o un problema. Pero a veces no contamos con una verdadera actitud (una valoración del objeto almacenada en la memoria), y sin embargo podemos dar una opinión, basándonos en las características objetivas, lo que dicen otras personas al respecto, o nuestra actitud general hacia situaciones similares.

Fazio y sus colegas demostraron que se puede manipular esa accesibilidad a fuerza de que los sujetos expresen una y otra vez sus opiniones o de darles la oportunidad de que tengan una experiencia directa con el objeto, descubriendo que al hacerse más accesibles de esta manera, las actitudes pueden predecir la conducta en mayor medida que las que no se hacen accesibles.

Otra forma de que actitudes y creencias influyan en la conducta: a partir de las percepciones

Las actitudes y expectativas afectan a nuestra conducta y en consecuencia a nuestras percepciones. Por ej, si una persona me cae mal, probablemente no seré muy simpática con ella, en consecuencia ella tampoco lo será

conmigo, a su vez percibo que ella no es simpática conmigo, por lo tanto yo tampoco lo seré con ella. Es así como la creencia puede generar el mundo social en que vivimos, y no olvidemos que muchas veces el contexto influye a su vez en las actitudes o expectativas, por ej, me dicen que es borde, yo me comporto con esa expectativa en la cabeza y etc., etc.

### Conclusión: subestimamos el poder de la situación

Como conclusión sobre las actitudes y la conducta, decir que es habitual que variables ambientales actúen como fuentes determinantes de la conducta y que muchas veces solemos pasar por alto la importancia de la situación al hora de explicar el comportamiento y preferimos explicar las acciones de los demás a partir de suposiciones sobre su personalidad y actitudes. Es decir, que la mayoría estamos convencidos de que las actitudes predicen realmente el comportamiento y tendemos a ver relaciones entre actitudes y conductas, incluso cuando puede que no existan en realidad.

## 9. TRES SESGOS POSIBLES EN LA EXPLICACIÓN SOCIAL

Los psicólogos sociales, al estudiar cómo interpretamos el mundo social, han identificado tres sesgos generales que suelen afectar a las atribuciones y explicaciones:

1. Error de atribución fundamental: es nuestra tendencia general a sobreestimar la importancia de los factores de personalidad en relación a las influencias contextuales o ambientales cuando explicamos el comportamiento de los demás.

Otro factor a tener en cuenta es la importancia de los roles, y es que es frecuente que, en tanto observadores, perdamos de vista el hecho de que cada individuo desempeña muchos papeles sociales y que es posible que solo estemos viendo uno de ellos. Por ej, el profeso X puede ser visto por sus alumnos como simpático, atento, brillante pero como crítico, duro, discutiendo, etc., por sus colegas de trabajo. Algunos roles tienden a generar condiciones de una parte del espectro posible y otros a generar otras de otra parte del espectro, así la conducta puede deberse al modo en que la persona percibe las demandas de su rol.

Un ejemplo de la importancia de los roles es el expto de Ross y colaboradores, programa concurso, en que los sujetos percibían como más inteligentes a los que hacían las preguntas y menos a los concursantes, ya que al fallar preguntas, lo parecían.

2. Sesgo del actor-observador: es la tendencia de los actores a atribuir sus propias acciones a factores ambientales y la de los observadores a atribuir esas acciones a predisposiciones estables de la personalidad de los actores. Por ej, yo he suspendido por que era difícil, y los demás por que eran tontos. Esto se debe a que el actor suele centrar su atención en el entorno y la historia pasada, mientras que el observador la centra en el actor, esto hace que pueda ignorar razones históricas o ambientales que expliquen la conducta del actor. Es frecuente así que este sesgo lleve a conflictos y malentendidos, por ej, él llegó tarde por que había atasco y ella piensa que es por que ya no le interesa; estas percepciones y atribuciones pueden a su vez servir como base a acciones posteriores que den lugar a sentimientos intensificados de hostilidad y conflicto. Una forma de evitarlo puede ser cambiar las perspectivas de actor-observador, por ej, favoreciendo la empatía a través de la asunción del otro punto de vista representando ese papel. Otra técnica muy potente es la capacitación para la sensibilidad que trata de aumentar la comprensión interpersonal por medio de una retroalimentación en lo que respecta a cómo los demás ven y sienten el mundo (en cuestiones internacionales, los programas de intercambio cultural también pueden ser efectivos).

Al cambiar la perspectiva cambia la info disponible para hacer atribuciones.

3. Sesgos del yo:

El modo en que concebimos el yo (fuente primordial de motivación), influye en gran medida en todo lo que concierne a las cogniciones sociales, ya que desde el punto de vista psicológico, uno de nuestros objetivos principales es mantener y realizar la visión que tenemos de nosotros mismos. Dos de las formas en que influye son:

–El pensamiento egocéntrico: Tendencia a percibir que el propio yo tiene más importancia en los acontecimientos de lo que sucede en realidad. La mayoría recuerda los acontecimientos pasados como si fuesen sus protagonistas principales, con capacidad de controlar e influir en su curso y en el comportamiento de los demás. Por ej, los líderes mundiales tienden a creer que el acto de una nación extranjera se produce en respuesta a decisiones suyas anteriores o, con la intención de probar una respuesta de ellos. Este pensamiento se debe al poder de la ilusión de control, que se alimenta de él, así que por ej, creemos que el boleto de lotería que hemos elegido nosotros mismos tiene más probabilidades de ser el ganador. Por ej, el principio de Barnum, especialidad de los horóscopos de los diarios, que hacen afirmaciones que se cumplen en casi todas las personas y que muchos creemos por que pensamos que se refieren a nosotros. Este tipo de pensamiento también afecta a los recuerdos de hechos e info pasadas: tenemos mejor memoria para info referente a nosotros, cuando desempeñamos un papel activo a la hora de generar info se recuerda mejor que si la recibimos de forma pasiva, y cuando pensamos que un término u objeto se aplica a nosotros que cuando se aplica a los demás (estudiar relacionando con experiencias personales o pensando cómo se aplican a nosotros).

–Sesgo del propio interés: Tendencia a atribuir los éxitos a predisposición y los fracasos a factores ambientales; aceptamos lo bueno y negamos lo malo, por ej, una buena nota, es fruto de capacidad y esfuerzo, una mala nota es fruto de un examen injusto, o mala suerte, o culpa de otros, como los profesores. Se debe a que captamos info diferente según seamos actores u observadores, por ej, tareas domésticas. Otra explicación es que hacemos esas atribuciones para proteger y mantener el autoconcepto y la autoestima; defiendes tu imagen positiva a través de la negociación o una buena excusa; defensa del yo.

Las explicaciones basadas en el propio interés se dan sobre todo cuando el yo se siente amenazado o cuando se ve una oportunidad de conseguir una imagen positiva; si la persona se encuentra muy implicada en la conducta, si se siente responsable del resultado de ella, y cuando hay personas que observan públicamente esa conducta. Y será menos probable cuando se ve que no servirá de nada, cuando no es adecuado dar excusas o estas pueden dar pie a expectativas poco razonables sobre actuaciones futuras.

–Funciones de los sesgos del yo:

Pueden tener efectos beneficiosos ya que cuando crees que das lugar a cosas buenas, te esfuerzas más en conseguir objetivos difíciles, y por que permite que los perdedores no se sientan abatidos por los contratiempos y sigan adelante tras una derrota.

Una forma de pensar optimista según la cual un fracaso se debe a la mala suerte y puede superarse con esfuerzo y habilidad conduce a mejores resultados, salud y actitudes mentales mejoradas.

El precio de la ilusión de control y los sesgos del yo, es por otra parte, una imagen un tanto deformada del yo y del mundo en general, causada muchas veces por la necesidad de justificarnos a nosotros mismos y nuestra conducta; para que los hechos se ajusten a los que consideramos moralmente bueno y sensible. Lo irónico es que muchas veces, esa necesidad de vernos como personas buenas y sensibles nos lleve a realizar acciones que no son ni buenas ni sensibles.